

DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EMPLEADOS Y MEDIO AMBIENTE EN ESPAÑA Y ALEMANIA: UNA NOTA DE INVESTIGACIÓN*

ta, citation and similar papers at core.ac.uk

brought to you

provided by Revistas Científicas de la Univ

NAGORE ARANGUREN GÓMEZ, Universidad de Deusto

ELENA OCHOA LABURU, Universidad de Deusto

RESUMEN

El objetivo de este estudio es el de analizar y comparar las prácticas de divulgación de información sobre empleados y medio ambiente entre las empresas españolas que cotizan en el Ibex35 y las empresas alemanas que cotizan en el Dax30. Para este fin se construye un índice de divulgación mediante un análisis de contenido de los informes anuales y de otras publicaciones anuales utilizadas por la empresa para dar a conocer su comportamiento socialmente responsable. El estudio concluye que existe coincidencia en el grado y contenido de la información sobre empleados divulgada por las empresas de los dos países, mientras que en la categoría de medio ambiente las empresas alemanas presentan un mayor índice de divulgación.

PALABRAS CLAVE: información social, información medioambiental, análisis comparativo internacional, Alemania, España.

JEL: M-41

ABSTRACT

The aim of this study is to analyse and compare environmental and employee disclosure by Spanish Ibex35 and German Dax30 companies. For this purpose we construct a disclosure index through the content analysis of disclosures in annual reports and other corporate social responsibility reports. This research concludes with the existence of a noticeable coincidence on employee disclosure in both countries, unlike environmental disclosure, where German companies show a higher disclosure index.

KEY WORDS: social disclosure, environmental disclosure, international comparative analysis, Germany, Spain.

* Las autoras de este trabajo quieren agradecer sus comentarios a los evaluadores anónimos y a Carlos Larrinaga

1 INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha producido un aumento espectacular de la información social y medioambiental divulgada regularmente por las grandes empresas (Milne y Gray, 2007; KPMG, 2005), fenómeno estudiado en un creciente número de investigaciones (véase por ejemplo Zeghal y Ahmed, 1990; Deegan y Gordon, 1996; Hackston y Milne, 1996; Archel y Lizarraga, 2001; Deegan *et al.*, 2002; García-Ayuso y Larrinaga, 2003). Sin embargo, la mayor parte de estas investigaciones ha limitado su análisis a los informes anuales y a un solo país. Si bien la investigación sobre contabilidad social y medioambiental basó su análisis en el informe anual al entender que éste proporcionaba una indicación de la importancia otorgada por las empresas a estas cuestiones (Gray *et al.*, 1995b), algunos estudios han comenzado a reflejar la creciente importancia de otros medios de comunicación de la información social y medioambiental, como los informes específicos (Buhr y Freedman, 1996; Hibbitt, 2003) o Internet (Adams y Frost, 2006). Este estudio pretende continuar esta línea de trabajo explorando la información social y medioambiental divulgada de forma creciente por las empresas a través de estos medios alternativos.

Por otro lado, a pesar de que la creciente divulgación de información social y medioambiental es un fenómeno mundial (KPMG, 2005), son muy pocas las investigaciones que realizan estudios comparativos entre países, estando limitados estos pocos estudios a la comparación entre empresas de algunos países europeos, especialmente de Alemania y Reino Unido (Roberts, 1991; Adams *et al.*, 1995b; Adams *et al.*, 1998; Adams y Kuasirikum, 2000; Hibbitt, 2003), incluyéndose sólo España en estudio de Clavel *et al.* (2003) sobre revelación de información sobre empleados. Los estudios comparativos han podido constatar la existencia de diferencias significativas en el grado y en la naturaleza de la información sobre responsabilidad social entre las empresas de los distintos países (Guthrie y Parker, 1990; Roberts, 1991; Adams *et al.* 1998), incluso entre aquellas pertenecientes a un mismo sector (Adams y Kuasirikum, 2000). Ante las insatisfactorias explicaciones proporcionadas en muchos casos por las teorías existentes sobre la contabilidad social, la variedad de prácticas entre empresas de diferentes países puede aportar a la literatura explicaciones adicionales sobre las motivaciones para la revelación de información social y medioambiental (Adams *et al.*, 1998; Adams y Kuasirikum, 2000). La variedad de prácticas también puede proporcionar a los reguladores una indicación sobre los mecanismos adecuados para mejorar este tipo de información.

El objetivo de este estudio es el de analizar y comparar las prácticas de divulgación de información sobre empleados y medio ambiente entre las empresas españolas que cotizan en el Ibex35 y las empresas alemanas que cotizan en el Dax30. España y Alemania son dos países que, aunque geográficamente e institucionalmente próximos, están caracterizados por diferentes culturas contables y aproximaciones a la responsabilidad social de las empresas. Por un lado, los sistemas contables (García y Garrido, 1995) y la

actitud hacia la divulgación de información (Roberts, 1991) difieren entre ambos países, pudiéndose esperar así diferencias en la revelación de información sobre responsabilidad social (Robb *et al.*, 2001). Así, estudios sobre la revelación de información en España ponen de manifiesto el bajo nivel de divulgación contable, incluso en presencia de regulación (Labatut y Martínez, 2006; Larrinaga *et al.*, 2002), mientras que La Porta *et al.* (1998) atribuyen un mayor nivel a la práctica contable de Alemania.

En segundo lugar, la escasa (e inconsistente entre países) regulación de la revelación de información social y medioambiental¹ limita la difusión y consistencia de tal práctica (Gray *et al.*, 2001). Es de esperar que la regulación tenga efectos diferentes en ambos países.

Existen finalmente considerables diferencias entre ambos países en cuanto a su cultura, su sistema legislativo y de gobierno, la influencia de los grupos de presión y las actitudes de la sociedad hacia el papel de las empresas y la percepción del impacto social y medioambiental de sus actividades (Adams *et al.*, 1998). Las empresas alemanas pueden considerarse referente a nivel europeo por su elevado nivel de divulgación de información sobre empleados y medio ambiente. La consideración de la responsabilidad social de las empresas españolas es un fenómeno más reciente. En conjunto, se puede afirmar que la divulgación de información sobre empleados es relevante en Europa (Roberts, 1990; Adams *et al.*, 1995a) y esto, siguiendo a Gray *et al.* (1996), por la preocupación social que han mostrado los gobiernos de esta área. Sin embargo, el interés por el medio ambiente es relativamente reciente, habiéndose extendido a partir de finales de los 80. Se puede esperar de este modo una mayor convergencia en las prácticas de divulgación sobre empleados.

El resto del trabajo se estructura como se indica a continuación. En el siguiente apartado se expone el método de análisis de contenido utilizado para indagar en la divulgación de información sobre empleados y medio ambiente, comparando entre empresas cotizadas de España y Alemania en el año 2003. El tercer apartado analiza los resultados obtenidos y finalmente, el cuarto apartado expone las conclusiones del estudio y sus implicaciones así como algunas de sus limitaciones.

2 | MÉTODO

Población objeto de estudio y período de análisis

La selección de la población objeto de estudio en cada uno de los países se ha efectuado teniendo en cuenta los criterios de cotización en bolsa y tamaño de la empresa, habiéndose optado por examinar las 65 empresas incluidas en los índices de mayor capitalización bursátil

(1) En algunos países europeos se ha regulado la divulgación de esta información para adaptar su legislación contable a las Directivas y Recomendaciones de la Unión Europea Directiva 2003/51/CE y la Recomendación 2001/453/CE de la Comisión Europea de 30 de mayo de 2001 relativa al reconocimiento, la medición y la publicación de las cuestiones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de las empresas.

en cada país, Ibex35 en España y Dax30 en Alemania (véase anexo 1). Éstas son algunas de las empresas más grandes y por tanto más visibles de cada país, por lo que se puede esperar que sean las que más información proporcionen, tal como se evidencia en la literatura previa (Adams *et al.*, 1995b, 1998; Hackston y Milne, 1996; Gray *et al.*, 2001; Criado *et al.*, 2008).

Se han examinado los informes publicados en 2003. La elección de este año contribuye a actualizar la investigación comparada a nivel europeo y permite considerar la entrada en vigor y puesta en práctica de algunas iniciativas² relevantes así como de algunas regulaciones³ que pueden haber contribuido a fomentar la transparencia de las empresas en cuanto a sus prácticas sociales y medioambientales.

Análisis de contenido

El análisis de contenido es una técnica habitual en los estudios sobre cantidad y calidad de la información suministrada por las empresas (véase Ernst & Ernst, 1978; Gray *et al.*, 1995b; Hackston y Milne, 1996). Krippendorff (1980) define el análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”. Dentro de las diferentes posibilidades, este estudio realiza un análisis de contenido temático (Jones y Shoemaker 1994) que requiere de la elaboración de un esquema de clasificación y de la definición de normas para codificar, medir y recoger la información analizada (Milne y Adler, 1999).

Siguiendo a Krippendorff (1980), con carácter previo, es necesario decidir qué documentos se van a analizar. Como se ha indicado en la introducción, en este estudio se han analizado, junto a los informes anuales, otras publicaciones anuales (o bianuales) tales como informes de sostenibilidad, de responsabilidad social, sociales o medioambientales, además de los informes de gobierno corporativo. En total se ha examinado un conjunto de 103 informes, de los cuales 52 corresponden a empresas del Dax30 y 51 a empresas del Ibex35.

Una vez definidos el conjunto de documentos a analizar, la primera actividad de diseño del análisis de contenido consiste en la definición de un esquema de clasificación. De las cuatro áreas que según Gray *et al.* (1996) abarca la divulgación de información social y medioambiental (empleados, medio ambiente, comunidad y producto) este estudio se limita a las dos primeras. Para elaborar el esquema de clasificación que muestra el anexo 2 se han

(2) El Pacto Mundial y sus diez principios; el GRI y su Guía 2002 de amplia aceptación internacional; la Unión Europea y su Libro Verde para fomentar la responsabilidad social; la OCDE y sus directrices para empresas multinacionales

(3) La Recomendación C(2001)453/CE que la Comisión Europea adoptó el 30 de mayo de 2001 relativa al reconocimiento, la medición y la publicación de las cuestiones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de las empresas; La Resolución de 25 de marzo de 2002 del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas en España por el que se modifica el Plan General de Contabilidad al establecer la obligatoriedad de incluir, en las cuentas anuales, la información significativa sobre la prevención, reducción y reparación del impacto medioambiental.

tenido en cuenta los estudios clásicos de divulgación social y medioambiental (entre otros, Ernst & Ernst, 1978; Guthrie y Mathews, 1985; Roberts, 1990; Roberts, 1991, Gray *et al.*, 1995b; Adams *et al.*, 1995b, 1998; Hackston y Milne, 1996), así como las iniciativas de diversos organismos internacionales (Unión Europea, OCDE, Global Compact y especialmente GRI; véase Buhr y Freedman, 1996) y, finalmente, el esquema de clasificación de la agencia de *rating* de responsabilidad social “Sustainable Investment Research International Company (SiRi)⁴”.

La segunda tarea de diseño del análisis de contenido comprende la definición de normas para codificar, medir y recoger la información. De entre los métodos existentes para realizar esta labor de medición, medidas del volumen de divulgación (entre otros, Guthrie y Parker, 1990; Adams *et al.*, 1995b; Adams y Kuasirikum, 2000) o índice de divulgación (entre otros, Gray *et al.*, 1995c; Meek *et al.*, 1995; y Robb *et al.*, 2001), se ha elegido el segundo. El índice de divulgación no tiene en cuenta el volumen de información proporcionada sino la revelación/no revelación de los elementos propuestos en el esquema de clasificación. Cormier *et al.*, (2005) admiten que este método no está exento de subjetividad pero sostienen que garantiza que la información irrelevante o redundante no sea considerada. La medida de la información sobre el contenido se ha materializado en la construcción de dos índices, uno informativo de la divulgación de información sobre empleados y otro de la divulgación sobre medio ambiente. Para la obtención de estos índices se ha medido, en primer lugar, la presencia o ausencia de cada uno de los elementos identificados en el anexo 2 y se ha considerado, en segundo lugar, el carácter cualitativo o cuantitativo de la información.

Diversos estudios sobre información financiera concluyen que la información numérica tiene mayor contenido informativo (Botosan, 1997). Igualmente en el terreno de la información social, Ernst y Ernst (1978) sostienen que la calidad de la información divulgada mejora cuando se ofrece información de tipo cuantitativo, ya que la empresa está especificando la cantidad de esfuerzo que está dedicando a esa área concreta de responsabilidad social, ya sea expresado de forma monetaria o no monetaria. Considerando este argumento, son muchos los estudios (Guthrie y Mathews, 1985; Guthrie y Parker, 1990; Gray *et al.*, 1995a; Hackston y Milne, 1996; Cormier *et al.*, 2005) que consideran necesario distinguir entre información cuantitativa y cualitativa. Consecuentemente, en este trabajo cada elemento se ha puntuado con un valor que oscila entre 0 y 2, según la siguiente escala⁵: la empresa no divulga información sobre el

(4) SiRi Company (véase www.siricompany.com) es una organización internacional especializada en servicios de análisis y consultoría sobre inversión socialmente responsable. Los miembros de SiRi investigan y analizan las actividades sociales y medioambientales de empresas de los principales mercados financieros del mundo utilizando una metodología común y compartida entre todos los socios que pertenecen a 11 países diferentes, entre ellos, Alemania y España.

(5) Si bien la escala más utilizada en la literatura previa es la que otorga dos valores (0 y 1) según la ausencia o presencia de información (Gray *et al.*, 1995c; Meek *et al.*, 1995; Archel y Lizarraga, 2001, Larrinaga *et al.*, 2002; Moneva y Llena, 2000; Llena *et al.*, 2007) también hay autores que han optado por escalas más completas que consideran el carácter de los datos (véase por ejemplo, Carmona y Carrasco, 1988 y Cormier *et al.*, 2005).

elemento (0), la empresa divulga información cualitativa sobre el elemento (1) y la empresa divulga información cuantitativa sobre el elemento (2).

Los dos índices de divulgación (empleados y medio ambiente) se expresan como la suma de las puntuaciones de los elementos considerados, sobre la puntuación teórica máxima posible de la suma de todos los elementos y multiplicada por 10 (escala de 0 a 10; Ochoa, 1998).

De forma adicional, la distinción entre información obligatoria y voluntaria se ha tenido en cuenta a la hora de interpretar los resultados. Para ello se ha analizado la normativa existente en cuanto a divulgación de información sobre empleados y medio ambiente en cada país y se han identificado aquellos elementos del esquema de clasificación que incluyen información de carácter obligatorio para las empresas cotizadas de cada uno de los dos países en el año 2003 (véase anexo 2). Esto nos ha permitido, por una parte, constatar que son pocos los elementos considerados en el esquema de clasificación que incluyen información de carácter obligatorio y, por otra, nos ha proporcionado un posible argumento adicional para determinar el diferente comportamiento revelador de las empresas.

La recogida de datos la ha realizado una de las autoras del artículo, quien ha trabajado anteriormente como analista de *rating* social en Alemania. Por esta razón, a pesar de no realizar un análisis que cuantifique la fiabilidad en la obtención de datos, pensamos que la calidad de los datos no está en cuestión.

3 | ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Informes específicos sobre responsabilidad social

Se ha observado que las empresas objeto de estudio adoptan dos tipos de prácticas a la hora de informar sobre sus actividades en materia de responsabilidad social: mientras el 63% de las empresas de ambos países publican un informe específico sobre responsabilidad social, el resto se limitan a informar en una sección de su informe anual o no informan en absoluto (un 17% de empresas del Ibex35 y un 10% de empresas del Dax30 no revelan ninguna información de acuerdo con el esquema de clasificación). El análisis detallado de los informes anuales y de los informes de responsabilidad social ha permitido observar otros fenómenos como la frecuente repetición de la información dentro del propio informe específico o en relación al informe anual. Frente a los informes financieros que tienen un público objetivo claramente definido, los accionistas y analistas financieros, los informes de responsabilidad social están dirigidos a diversos grupos de interés, incluyendo a empleados, clientes, proveedores, accionistas u ONGs, hecho este que puede explicar la sobrecarga de información de este tipo de documentos.

Se ha constatado que prácticamente el 67% de los informes específicos publicados por las empresas objeto de estudio se han elaborado basándose en la Guía GRI (véase tabla 1), siendo las empresas del Ibex35 las que en mayor medida han seguido las pautas ofrecidas por GRI (78% de los informes publicados). El hecho de que la responsabilidad social sea un fenómeno reciente en España y la consiguiente falta de experiencia de las empresas españolas en relación a la elaboración de memorias de sostenibilidad, pueden ser algunos de los motivos que expliquen el hecho de que las empresas españolas sean las que recurran en mayor medida a las pautas establecidas por GRI.

TABLA 1.- PUBLICACIÓN DE INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

| | Alemania Dax30 N = 30 | España Ibex35 N = 35 | Total N = 65 |
|---|--------------------------|-------------------------|-----------------|
| Número de informes publicados | 22 | 23 | 45 |
| Informes de responsabilidad social | 13 | 20 | 33 |
| Informes sociales | 2 | 1 | 3 |
| Informes medioambientales | 7 | 2 | 9 |
| Número de empresas que publican informes | 19 63% | 22 63% | 41 63% |
| Número de informes verificados | 4 18% | 8 35% | 12 27% |
| Número de informes siguiendo GRI 2002 | 12 54% | 18 78% | 30 66% |
| Número de informes elaborados “en conformidad” con la Guía GRI 2002 | - - | 10 43% | 10 22% |

Divulgación de información por categorías y elementos

A la vista del panel A de la tabla 2 podemos afirmar que en este estudio, al igual que en otras investigaciones previas sobre el tema (Guthrie y Parker, 1990; Adams *et al.* 1995b, 1998; Deegan *et al.*, 2002), la divulgación de información sobre empleados es mayor que la divulgación sobre medio ambiente. Todas las empresas objeto de estudio divulgan alguna información sobre empleados y prácticamente todas proporcionan alguna información de carácter cuantitativo. Esto no resulta sorprendente si tenemos en cuenta que las empresas de los dos países están obligadas a proporcionar información cuantitativa relacionada con su número medio de empleados, su distribución por categorías y los gastos de personal.

TABLA 2.- DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EMPLEADOS Y MEDIO AMBIENTE
Panel A: Índices de divulgación

| | Alemania Dax30 N = 30 | España Ibex35 N = 35 | Total N = 65 |
|--|--------------------------|-------------------------|-----------------|
| Índice de divulgación sobre empleados | 6.42 | 6.45 | 6.44 |
| Porcentaje de empresas que informan | 100% | 100% | 100% |
| Porcentaje de empresas que divulgan información cuantitativa | 100% | 97.14% | 98% |
| Índice de divulgación sobre medio ambiente | 5.83 | 4.82 | 5.33 |
| Porcentaje de empresas que informan | 90% | 85.71% | 88% |
| Porcentaje de empresas que divulgan información cuantitativa | 73% | 57.14% | 65% |

Panel B: Composición de los índices de divulgación

| Alemania Dax30 N = 30 | | | | |
|---|------------------------|---|---|---|
| | Divulgación (0 - 2) | Posición que ocupa por su nivel de divulgación en relación al resto de elementos | Porcentaje de empresas que informan | Porcentaje de empresas que divulgan información cuantitativa |
| Empleados | | | | |
| Comunicación y consulta | 1 | 11 | 63.33% | 36.67% |
| Relaciones industriales | 0.47 | 15 | 33.33% | 13.33% |
| Salud y seguridad | 1.13 | 9 | 73.33% | 40% |
| Formación y desarrollo profesional | 1.93 | 1 | 100% | 93.33% |
| Diversidad | 1.87 | 3 | 93.33% | 93.33% |
| Retribución y condiciones de trabajo | 1.93 | 2 | 100% | 93.33% |
| Contrataciones y despidos | 1.37 | 6 | 73.33% | 63.33% |
| Otra información sobre empleados | 0.57 | 14 | 56.67% | 0% |
| Medio ambiente | | | | |
| Política y sistemas de gestión medioambiental | 1.4 | 5 | 86.67% | 53.33% |
| Consumo y conservación de recursos naturales | 1.27 | 7 | 70% | 56.67% |
| Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas | 1.5 | 4 | 80% | 70.00% |
| Energía | 1.27 | 8 | 73.33 | 53.33% |
| Productos | 0.97 | 12 | 73.33% | 23.33% |
| Inversiones y gastos medioambientales | 0.9 | 13 | 46.67% | 43.33% |
| Otra información sobre medio ambiente | 1.03 | 10 | 80% | 23.33% |

TABLA 2 (CONTINUACIÓN).- DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EMPLEADOS Y MEDIO AMBIENTE
 Panel B: Composición de los índices de divulgación

| España Ibex35 N = 35 | | | | |
|---|------------------------|---|---|---|
| | Divulgación (0 - 2) | Posición que ocupa por su nivel de divulgación en relación al resto de elementos | Porcentaje de empresas que informan | Porcentaje de empresas que divulgan información cuantitativa |
| Empleados | | | | |
| Comunicación y consulta | 1.14 | 7 | 74.29% | 40% |
| Relaciones industriales | 0.94 | 11 | 62.86% | 31.43% |
| Salud y seguridad | 1.23 | 6 | 71.43% | 51.43% |
| Formación y desarrollo profesional | 1.71 | 2 | 88.57% | 82.86% |
| Diversidad | 1.94 | 1 | 97.14% | 97.14% |
| Retribución y condiciones de trabajo | 1.57 | 3 | 85.71% | 71.43% |
| Contrataciones y despidos | 1.37 | 4 | 74.29% | 62.86% |
| Otra información sobre empleados | 0.4 | 15 | 40% | 0% |
| Medio ambiente | | | | |
| Política y sistemas de gestión medioambiental | 1.29 | 5 | 71.43% | 57.14% |
| Consumo y conservación de recursos naturales | 0.97 | 10 | 48.57% | 48.57% |
| Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas | 1.14 | 8 | 62.86% | 51.43% |
| Energía | 1.06 | 9 | 54.29% | 51.43% |
| Productos | 0.66 | 14 | 51.43% | 14.29% |
| Inversiones y gastos medioambientales | 0.91 | 12 | 45.71% | 45.71% |
| Otra información sobre medio ambiente | 0.71 | 13 | 60% | 11.43% |

A la vista del panel A de la tabla 2 se puede también afirmar que prácticamente no existen diferencias entre los dos países en la divulgación de información sobre empleados, resultado éste que contrasta con Adams *et al.* (1998) donde se constataba la existencia de disparidades significativas entre diferentes países, si bien este estudio no incluía el caso particular de España.

Por el contrario, los resultados del estudio (véase tabla 2, panel A) indican la existencia de diferencias en el grado de divulgación de información medioambiental entre los países, siendo las empresas alemanas las que más revelan, de forma más consistente (porque casi todas ellas revelan alguna información) y con mayor calidad.

El panel B de la tabla 2 muestra los resultados del análisis de los elementos que componen los índices de divulgación. En primer lugar, si consideramos el índice de divulgación sobre empleados, el análisis del posicionamiento de sus elementos por nivel de divulgación revela una coincidencia entre las empresas alemanas y españolas en cuanto a los tres elementos mejor posicionados (aunque en distinto orden): “Formación y desarrollo profesional”, “diversidad” y “retribución y condiciones de trabajo”.

En el caso particular de la “Formación y desarrollo profesional”, primer elemento para las empresas alemanas, quienes proporcionan información cuantitativa al respecto en el 93% de los casos, es algo que coincide con los resultados de Adams *et al.* (1995b). Dentro de este elemento resulta particularmente relevante la información sobre los programas para formación profesional de jóvenes (el 77% de las empresas revela información sobre los mismos; resultado no incluido en la tabla). La importancia de estos programas que se puede inferir de estos resultados sería coherente con el concepto de responsabilidad social en Alemania que, de acuerdo con Lozano *et al.*, (2005), se asocia a la ciudadanía corporativa, al comportamiento de las empresas como buenas ciudadanas en su ámbito social más próximo, de lo cual podría ser un ejemplo la contribución a solucionar algunos problemas sociales como el desempleo juvenil.

Dejando aparte “otra información sobre empleados”, los elementos menos divulgados en ambos países dentro de empleados son “relaciones industriales”, “comunicación y consulta” y “seguridad y salud”. Son elementos sobre los que se publica sobre todo información cualitativa.

En relación a la divulgación sobre medio ambiente y si bien las empresas alemanas publican más información cuantitativa, también existe una coincidencia entre las empresas de ambos países, informando en mayor medida sobre “política y sistemas de gestión medioambiental” y “emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas” (véase tabla 2, panel A).

Entre las empresas españolas el elemento medioambiental con menor índice de divulgación es “productos”, mientras que en las empresas alemanas el elemento peor posicionado es el de “inversiones y gastos medioambientales”, a pesar de que prácticamente todas las que informan proporcionen información cuantitativa. El hecho de que este elemento sea el único en el que las empresas españolas muestran un mayor índice que las empresas alemanas se explica por la obligada divulgación para las primeras, a pesar de lo cual prácticamente el 54% de las empresas españolas no parece estar cumpliendo con dicha obligación.

Los resultados en el subconjunto de empresas alemanas son consistentes con los obtenidos por Roberts (1991), Adams *et al.* (1995b) y Adams y Kuasirikum (2000), excepto en el

elemento “emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas”, donde el porcentaje de empresas es muy superior al obtenido por Adams *et al.* (1995b) y Adams y Kuasirikum (2000). Esto puede explicarse en parte por la inclusión en esta investigación de informes específicos y por la propia evolución de la divulgación de información medioambiental.

Divulgación de información por sectores de actividad

En la tabla 3 se presentan los índices promedio de divulgación por sector⁶ y país. El resultado más destacable es que si bien las empresas alemanas presentan una actividad de divulgación más homogénea con independencia del sector, en las empresas españolas hay una alta disparidad de prácticas divulgativas entre sectores, tanto por lo que se refiere a la información sobre empleados como a la información sobre medio ambiente.

TABLA 3.- DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EMPLEADOS Y MEDIO AMBIENTE POR SECTOR

| | Empleados | | Medio Ambiente | |
|---------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| | Alemania Dax30 N = 30 | España Ibex35 N = 35 | Alemania Dax30 N = 30 | España Ibex35 N = 35 |
| Petróleo y energía | 7.50 | 8.48 | 6.79 | 8.57 |
| Materiales básicos | 7.50 | 5.00 | 6.90 | 4.64 |
| Industria | 6.41 | 5.45 | 6.43 | 3.88 |
| Bienes de consumo | 6.77 | 7.81 | 6.79 | 6.79 |
| Cuidado de la salud | 5.63 | 3.75 | 4.52 | 1.43 |
| Servicios de consumo | 7.29 | 4.27 | 6.67 | 2.02 |
| Telecomunicaciones y tecnología | 5.63 | 7.08 | 4.29 | 5.71 |
| Financiero | 5.52 | 7.41 | 4.64 | 3.98 |

4 | DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Este estudio se planteaba como objetivo analizar y comparar las prácticas de divulgación de información sobre empleados y medio ambiente entre empresas cotizadas alemanas y españolas.

En lo que a información sobre empleados respecta, la categoría más divulgada, los resultados obtenidos han evidenciado que el grado de revelación en esta categoría es muy similar en ambos países. El análisis de la información sobre medio ambiente permite en

(6) Las empresas se han agrupado en 8 sectores de actividad (petróleo y energía, materiales básicos, industria, bienes de consumo, cuidado de la salud, servicios de consumo, telecomunicaciones y tecnología y financiero) siguiendo la clasificación ICB (Industry Classification Benchmark) adaptada a la realidad de las empresas analizadas.

cambio observar mayores diferencias entre los dos países. Las empresas alemanas superan claramente a las empresas españolas en lo que a revelación de información medioambiental respecta, aún siendo las empresas españolas las que tienen la obligación de revelar sobre algunos elementos ambientales. Este resultado nos lleva a pensar que si bien es posible que la obligación de divulgar información pueda tener un efecto positivo sobre la revelación (Criado *et al.*, 2008), hay que buscar otras razones que ahonden en la explicación de la revelación de información medioambiental y que nos permitan explicar por qué la divulgación es mayor en Alemania.

Una de estas razones puede ser cultural, propia de la idiosincrasia y de la tradición y del carácter de la sociedad alemana; una sociedad muy preocupada por las cuestiones medioambientales, como demuestra la propia composición del gobierno alemán con el partido verde (die Grünen) en el parlamento, y con poderosos grupos de presión ecologistas. Por la sociedad en la que se enmarcan y en la que desarrollan sus actividades las empresas alemanas han de tener una mayor conciencia de los problemas medioambientales y además, están sometidas a una mayor presión para que se comporten de manera responsable en este ámbito (Adams y Kuasirikum, 2000; Adams *et al.*, 1995b; Habisch y Wegner, 2005). Esto podría explicar la revelación de información medioambiental: las empresas alemanas estarían divulgando información medioambiental, en buena medida, en respuesta a las expectativas sociales y estarían así utilizando la información para obtener o mantener su legitimidad. La homogeneidad en la divulgación de información medioambiental, con independencia del sector, permitiría confirmar lo interiorizada que está en esta sociedad la preocupación por los temas medioambientales y la consecuente importancia otorgada por las empresas a la revelación de dicha información para legitimar su comportamiento frente a la sociedad (Deegan *et al.*, 2002).

Esta explicación no sería en cambio válida para el fenómeno que se observa entre las empresas españolas del sector petróleo y energía, cuyo promedio de revelación supera al de otros sectores e incluso al promedio de revelación de las empresas alemanas. Todas las empresas españolas de este sector divulgan información cuantitativa sobre medio ambiente y todas ellas proporcionan información cuantitativa sobre sus gastos e inversiones medioambientales. Este resultado parece evidenciar una preocupación mayor por los temas medioambientales entre aquellas empresas del Ibex35 que pueden considerarse potencialmente causantes de daño medioambiental, lo cual, además de ser coincidente con lo obtenido en estudios previos (Archel y Lizarraga, 2001; García-Ayuso y Larrinaga, 2003; Hibbitt, 2003; Pérez, 2006; Husillos, 2007; Llena *et al.*, 2007) pone de manifiesto la utilización de la información como una herramienta para alinear las actividades y valores de la empresa con las expectativas sociales.

Más allá de las diferencias, tanto la homogénea divulgación sobre empleados y medio ambiente por empresas alemanas como la asimétrica revelación de las empresas del sector

de energía y de petróleo podrían responder a una motivación común: la necesidad que tiene la empresa de alinear sus actividades y valores con las expectativas sociales y lograr así su legitimidad social (Deegan y Gordon, 1996; Adams *et al.*, 1998; Archel y Lizarraga, 2001; Deegan *et al.*, 2002, García-Ayuso y Larrinaga, 2003, Hibbitt, 2003; Husillos, 2007).

Si la principal razón de las empresas para revelar información social y medioambiental es su necesidad de legitimidad social, algunos autores (Criado *et al.*, 2008) sugieren que si la empresa no ve amenazada su legitimidad decidirá no revelar información, incluso siendo ésta obligatoria, como se ha evidenciado en este estudio. Así se ha puesto de manifiesto en el caso de la escasa divulgación sobre aspectos sensibles como las relaciones industriales y, en menor medida, la salud y seguridad, corroborando lo observado por Adams *et al.* (1995b). Podría interpretarse que esta omisión responde a un deseo de querer ocultar políticas y actuaciones pobres de la empresa en relación con estos aspectos. Esto podría hacer que la sociedad perciba que la empresa revela información para mostrar una imagen positiva de sí misma y no para rendir cuentas de sus actividades ni porque cree que la sociedad tiene derecho a conocer las verdaderas repercusiones de sus actuaciones. Esto mermaría la credibilidad de la información proporcionada por la empresa.

La diversidad de prácticas de revelación de información social y medioambiental que ha puesto de manifiesto este estudio y el enriquecimiento que ello produce en términos de explicaciones posibles nos permite reafirmarnos en la necesidad de continuar realizando estudios comparativos entre países para poder comprender mejor el fenómeno de la revelación de información sobre responsabilidad social de la empresa.

Este estudio tiene varias limitaciones. En primer lugar, sólo se ha analizado la revelación empresarial de información sobre empleados y medio ambiente, por tratarse de dos de las categorías más relevantes. Sin embargo, la responsabilidad social implica otras categorías adicionales como la comunidad, los consumidores y productos, tradicionalmente consideradas en la literatura previa como afirma Gray *et al.* (1996), e incluso aspectos relacionados con la ética y con los derechos humanos. Ahondar en todas estas categorías de información nos permitiría un estudio más completo de la revelación de información sobre responsabilidad social. En segundo lugar, hay varios aspectos metodológicos que podrían mejorar los resultados: la ampliación del periodo de análisis a más de un año permitiría observar la dinámica de este fenómeno; el estudio de grandes empresas que cotizan en bolsa limita las conclusiones a un número reducido de empresas; la laboriosa tarea de recogida de datos ha impedido la realización de pruebas que permitan cuantificar la fiabilidad. Una última limitación atribuible a este estudio deriva de la falta de distinción en el índice de divulgación entre información voluntaria y obligatoria. Este problema es de difícil superación al tratarse de un índice aplicable a empresas de países con diferente regulación. Con el fin de tratar de salvar este problema esta diferencia sí se ha considerado a la hora de interpretar los resultados.

ANEXO 1

ANEXO 1.- LISTADO DE EMPRESAS POR PAÍSES

| Alemania Dax30 | España Ibex35 |
|----------------------------|--------------------|
| ADIDAS-SALOMON | ABERTIS |
| ALLIANZ | ACS |
| ALTANA | ACERINOX |
| BASF | ALTADIS |
| BAY. HYPOVEREINSBANK | AMADEUS |
| BAY.MOTOREN WERKE (BMW) | ACCIONA |
| BAYER | BBVA |
| COMMERZBANK | BANKINTER |
| CONTINENTAL | BANESTO |
| DAIMLERCHRYSLER | ENDESA |
| DEUTSCHE BANK | ENAGAS |
| DEUTSCHE BÖRSE | FCC |
| DEUTSCHE POST | FERROVIAL |
| DEUSTCHE TELEKOM | GAMESA |
| E.ON | GAS NATURAL |
| FRESENIUS MEDICAL CARE | IBERDROLA |
| HENKEL | IBERIA |
| INFINEON TECHNOLOGIES | INDRA |
| LINDE | INDITEX |
| LUFTHANSA | ARCELOR |
| MAN | MAPFRE |
| METRO | METROVACESA |
| MÜNCHENER RÜCKVERSICHERUNG | NH HOTELES |
| RWE | BANCO POPULAR |
| SAP | PRISA |
| SCHERING | REE |
| SIEMENS | REPSOL YPF |
| THYSSENKRUPP | BSCH |
| TUI | SOGECABLE |
| VOLKSWAGEN | SACYR VALLEHERMOSO |
| | TELEFÓNICA |
| | TELEFÓNICA MÓVILES |
| | TPI |
| | UNIÓN FENOSA |
| | ZELTIA |

ANEXO 2

ANEXO 2.- CONTENIDO Y CARÁCTER DE LA INFORMACIÓN

| Elementos | Descripción | Carácter de la información |
|--------------------------------------|---|--|
| EMPLEADOS | | |
| Comunicación y consulta | Política y mecanismos de comunicación, mecanismos de consulta, programas de estímulo y recompensa a empleados,encuestas de clima laboral, índice de satisfacción de empleados, etc | Voluntaria |
| Relaciones industriales | Sistemas de negociación colectiva, acuerdos en materia de retribución y condiciones de trabajo, plantilla afiliada a sindicatos y cubierta por los convenios colectivos, número de huelgas, etc. | Voluntaria |
| Salud y seguridad | Política y programas sobre salud y seguridad, información y formación a los empleados, premios en este campo, índices de accidentalidad y de absentismo, número de víctimas mortales, sanciones y multas por incumplimiento, inversión en salud y seguridad, etc. | Voluntaria |
| Formación y desarrollo profesional | Política y programas de formación, tiempo de formación, número de empleados en programas de formación, inversión, grado de satisfacción de los empleados con la formación, programas de formación profesional para jóvenes, programas de desarrollo profesional, etc. | Voluntaria |
| Diversidad | Política y programas sobre diversidad/igualdad de oportunidades, grado de diversidad en la composición de la plantilla, en el consejo de administración y en puestos directivos, porcentaje de discapacitados, desglose del colectivo de trabajadores, etc. | Obligatoria: número de empleados desglosados por categorías Base legal Alemania: Código de comercio alemán (HGB §275, HGB § 314) España: Plan General de Contabilidad (Real Decreto 1643/1990 de 20 de diciembre por el que se aprueba el nuevo Plan General de Contabilidad) |
| Retribución y condiciones de trabajo | Política sobre retribución y horarios de trabajo, costes de personal, prestaciones sociales no exigidas por ley, programas para conciliar la vida laboral y familiar, participación de los empleados en los beneficios, etc. | Obligatoria: desglose de los costes de personal Base legal: Alemania: Código de comercio alemán (HGB §275, HGB § 314) España: Plan General de Contabilidad (Real Decreto 1643/1990 de 20 de diciembre por el que se aprueba el nuevo Plan General de Contabilidad) |
| Contrataciones y despidos | Política de contratación, reclutamiento y selección, planes de acogida, creación o pérdida de empleo neta, planes sociales para trabajadores afectados por expedientes de regulación, etc | Voluntaria |
| Otra información | Política de respeto a los derechos fundamentales del trabajo, premios y reconocimientos, etc. | Voluntaria |

ANEXO 2 (CONTINUACIÓN).- CONTENIDO Y CARÁCTER DE LA INFORMACIÓN

| Elementos | Descripción | Carácter de la información |
|--|---|---|
| MEDIO AMBIENTE | | |
| Política y sistemas de gestión medioambiental | Política medioambiental, sistema de gestión medioambiental, departamento responsable, objetivos medioambientales, mecanismos de seguimiento y control, auditorías medioambientales, formación, comunicación, información y sensibilización de los empleados, etc. | Voluntaria |
| Consumo y conservación de recursos | Consumo de materias primas, de agua, de material reciclado, reciclaje y reutilización de agua, programas para la conservación de recursos y para potenciar el uso de material reciclado, etc. | Voluntaria |
| Emisiones, vertidos, residuos e impacto en los ecosistemas | Emisiones al aire, residuos generados y vertidos, gestión y reciclaje de residuos, impacto en el hábitat, programas para reducir la contaminación y para proteger y restaurar ecosistemas, etc. | Voluntaria |
| Energía | Consumo energético, consumo de energías renovables, programas para mejorar la eficiencia energética, etc. | Voluntaria |
| Productos | Impacto medioambiental de los productos, productos beneficiosos para el medio ambiente, programas para considerar el impacto medioambiental en la fase I+D y al final del ciclo de vida, etc. | Voluntaria |
| Gastos e inversiones medioambientales | Descripción de las inversiones, coste de las inversiones, gastos medioambientales, multas por incumplimientos, etc. | Alemania: Voluntaria España: Obligatoria (coste de las inversiones medioambientales, gastos medioambientales, multas por incumplimientos) Base legal: Resolución de 25 de marzo de 2002 del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC) que desarrolla la Recomendación de la Comisión Europea de 30 de mayo de (2001/453/CE) |
| Otra información | Criterios medioambientales en la evaluación de proveedores, formación de proveedores, estudios para la evaluación del impacto medioambiental, premios, participación en foros, etc | Voluntaria |

BIBLIOGRAFÍA

- Adams, C. A. y Frost, G. R. (2006), "Accessibility and functionality of the corporate web site: implications for sustainability reporting", *Business Strategy and the Environment*, 15 (4): 275-287.
- Adams, C.A. y Kuasirikum, N. (2000), "A comparative analysis of corporate reporting on ethical issues by UK and German chemical and pharmaceutical companies". *European Accounting Review*, 9(1): 53-80.
- Adams, C.A., Coutts, A. y Harte, G. (1995a), "Equal opportunities disclosures in corporate annual reports", *British Accounting Review*, 27(4): 87-108.
- Adams, C.A., Hill, W.Y. y Roberts, C.B. (1995b), *Environmental, employee and ethical reporting in Europe*, ACCA Research Report N° 41, London, Chartered Association of Certified Accountants.
- Adams, C.A., Hill, W. y Roberts, C.B. (1998), "Corporate social reporting practices in Western Europe: Legitimizing corporate behaviour?", *British Accounting Review*, 30 (1): 1-21.
- Archel, P. y Lizarraga, F. (2001), "Algunos determinantes de la información medioambiental divulgada por las empresas españolas cotizadas", *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 44 (7): 129-153.
- Botosan, C.A. (1997), "Disclosure level and the cost of equity capital", *The Accounting Review*, 72(3): 323-349.
- Buhr, N. y Freedman, M. (1996), "A comparison of mandated and voluntary environmental disclosures", *Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York.
- Carmona, S. y Carrasco, F. (1988), "Información de contenido social y estados contables: una aproximación empírica y algunas consideraciones teóricas". *Actualidad Financiera*: 2175-2192.
- Clavel, J.G., Ortiz, E. y Martínez, I. (2003), "Factors which influence disclosure about human resources. An international comparison based on disclosure issued in Form 20-F and Annual Reports" Incluido en Yanai, H., Okada, K., Shigemasu, K., Kano, Y. y Meulman, J.J. (Eds.) (2003), *New Developments in Psychometrics*, Springer-Verlag. Tokyo.
- Cormier, D., Magnan, M y Van Velthoven, B. (2005), "Environmental Disclosure Quality in Large German Companies: Economic Incentives, Public Pressures or Institutional Conditions?", *European Accounting Review*, 14(1): 3-39.
- Criado, I., Fernández, M., Husillos, F.J. y Larrinaga, C. (2008), "Compliance with Mandatory Environmental Reporting in Financial Statements: The Case of Spain (2001-2003)", *Journal of Business Ethics*, 79: 245-262.
- Deegan, C. y Gordon, B. (1996), "A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations", *Accounting and Business Research*, 26(3): 187-199.
- Deegan, C., Rankin, M. y Tobin, J. (2002), "An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997. A test of legitimacy theory", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3): 312-343.

- Ernst & Ernst (1978), *Social Responsibility Disclosure*, 1978 Survey, Ernst & Ernst, Cleveland OH.
- García Ayuso, M. y Larrinaga González, C. (2003), "Environmental disclosure in Spain: corporate characteristics and media exposure", *Spanish Journal of Finance and Accounting*, 115: 184-214.
- García Benau, M.A. y Garrido Miralles, P. (1995), "Los sistemas contables y la armonización europea", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. XXIV, No. 85, pp. 991-1013.
- Gray, R., Javad, M., Power, D. y Sinclair, C.D. (2001), "Social and environmental disclosure and corporate characteristics: A research note and extension", *Journal of Business Finance & Accounting*, 28 (3)& (4): 327-356.
- Gray, R., Kouhy, R. y Lavers, S. (1995a), "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2): 47-77.
- Gray, R., Kouhy, R. y Lavers, S. (1995b), "Methodological themes: constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8(2): 78-101.
- Gray, R.H., Owen, D. y Adams, C.A. (1996), *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*, Hemel Hempstead, Prentice Hall.
- Gray, S.J., Meek, G.K. y Roberts, C. (1995c), "International Capital Market Pressures and Voluntary Annual Report Disclosures by U.S. and U.K. Multinationals", *Journal of International Financial Management and Accounting*, 6(1): 43-68.
- Guthrie, J. y Matthews, M. (1985), "Corporate social accounting in Australasia", *Research in Corporate Social Performance and Policy*, JAI Press: 251-277.
- Guthrie, J. y Parker, L.D. (1990), "Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis", *Advances in Public Interest Accounting*, 3: 159-175.
- Habisch, A. y Wegner, M. (2005), "Germany. Overcoming the Heritage of Corporatism" en HABISCH, A., JONKER, J., WEGNER, M. y SCHMIDPETER, R. (2005), *Corporate Social Responsibility Across Europe*. Springer, Berlin
- Hackston, D. y Milne, M.J. (1996), "Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9(1): 77-108.
- Hibbitt, C. (2003), *External environmental disclosure and reporting by large European companies. An economic, social and political analysis of managerial behaviour*. Tesis Doctoral. Limperg Instituut.
- Husillos, J. (2007), "Una aproximación desde la teoría de la legitimidad a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 37(133): 97-122.
- Jones, M. J. y Shoemaker, P. A. (1994), "Accounting narratives: A review of empirical studies of content and readability", *Journal of Accounting Literature*, 13: 142-184.

- KPMG (2005), “KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005”. KPMG Global Sustainability Services. The Netherlands.
- Krippendorff, K. (1980), *Content Analysis: An introduction to its Methodology*, Sage, London.
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. y Vishny, R. W. (1998), “Law and Finance”, *Journal of Political Economy*, 106(6): 1113-1155.
- Labatut Serer, G. y Martínez Vargas, J. (2006), “La calidad de la información fiscal en las empresas del IBEX-35”, *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 9(17): 41-54.
- Larrinaga, C., Carrasco, F., Correa, C., Llena, F. y Moneva, J.M. (2002), “Accountability and accounting regulation: the case of the Spanish environmental disclosure standard”, *The European Accounting Review*, 11(4), 723-740.
- Llena, F., Moneva, J.M. y Fernández, B. (2007), “Environmental Disclosures and Compulsory Accounting Standards: the Case of Spanish Annual Reports”, *Business Strategy and the Environment*, 16(1): 50-63.
- Lozano, J.M., Albareda, L., Ysa, T., Roscher, H. y Marcuccio, M. (2005), *Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Políticas públicas más allá de la regulación y la voluntariedad*, Ediciones Granica, Barcelona.
- Meek, G.K., Roberts, C.B. y Gray, S. J. (1995), “Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and continental European multinational corporations”, *Journal of International Business Studies*, 26: 555-572.
- Milne, M.J. and Gray, R.H., (2007), “The Future of Sustainability Reporting, chapter 10”, in Unerman, J., O'Dwyer, B and J. Bebbington (eds.), *Sustainability Accounting and Accountability*, Routledge: London
- Milne, M.J. y Adler, R.W. (1999), “Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 12(2): 237-252.
- Moneva, J.M. y Llena, F. (2000), “Environmental disclosures in annual reports of large companies in Spain”, *European Accounting Review*, 9(1): 7-29.
- Ochoa, E. (1998), *Calidad de la información contable de las empresas guipuzcoanas. Estudio sobre el grado de cumplimiento de la legislación mercantil relativa a la presentación de estados financieros*. Tesis Doctoral. Universidad de Deusto, San Sebastian.
- Pérez, V.A. (2006), *La divulgación de información financiera medioambiental por empresas españolas: análisis de contenido y factores determinantes*. Tesis doctoral. Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.
- Recomendación de la Comisión de 30 de mayo de 2001 relativa al reconocimiento, la medición y la publicación de las cuestiones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de las empresas (2001/453/CE). Diario Oficial L 156 de 13/06/2001, p. 33/42.
- Resolución de 25 de marzo de 2002 del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC), por la que se aprueban normas para el reconocimiento, valoración e información de los aspectos medioambientales en las cuentas anuales (BOE 4 de abril de 2002).

- Robb, S.W.G., Single, L.E. y Zarzeski, M.T. (2001), "Nonfinancial disclosures across Anglo-American countries", *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 10: 71-83.
- Roberts, C.B. (1991), "Environmental Disclosures: A Note on Reporting Practices in Mainland Europe", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 4(3): 62-71.
- Roberts, R.W. (1990). *International Trends in Social and Employee Reporting*, ACCA Occasional Research Paper N° 6. London, Chartered Association of Certified Accountants.
- Zeghal, D. y Ahmed, S.A. (1990), "Comparison of social responsibility information disclosure media used by Canadian firms", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 3(1): 38-53.